



BIS QUEBRA AS REDES SOCIAIS CRIANDO SEU PRÓPRIO SUBSTITUTO

Em campanha cheia de humor, marca anuncia que pode acabar com o BIS para ficar com o novo “TRIS”



São Paulo, setembro de 2020 – BIS ou TRIS?! Depois de quase 80 anos de pura irresistibilidade e crocância, BIS, marca da Mondelez Brasil, resolveu brincar com estes atributos e sugerir o lançamento de seu próprio substituto, o TRIS. “Já que ninguém conseguiu, a gente mesmo vai fazer”, diz a comunicação nas redes sociais, que, em tom descontraído, propõe que BIS é um produto único e não consegue ser substituído.

A campanha foi ao ar na última sexta-feira com um vídeo para mídias digitais e narrado pelo Eduardo Sterblitch. Na peça, o humorista explica que o “produto” TRIS é rigorosamente igual ao original, porém muito mais irresistível, porque pedir TRIS é mais do que pedir BIS.

Nas redes sociais, grande parte dos consumidores rechaçou o rival: a torcida de BIS é grande e as pessoas não querem viver sem seu snack favorito. O conteúdo, somente durante o último final de semana, impactou em torno de 38 milhões de usuários por todo Brasil.

“Nossa marca é democrática, jovem e cheia de irreverência. Essa campanha traz o tom de voz bem humorado e típico de BIS justamente para conversar mais diretamente com nossos consumidores. Criamos um produto ‘substituto’ com os mesmos atributos do original BIS, mas ainda melhor. A ideia é que o público entre na nossa brincadeira e faça a imaginação pirar, assim como Sterblitch fez talentosamente no filme”, diz Renata Vieira, diretora de chocolates na Mondelez Brasil.

A criação é da agência DAVID São Paulo e inclui ainda uma “edição limitada” (e inventada) de BIS em sua versão rival. A embalagem do produto foi desenhada especialmente para a ação e faz parte de uma brincadeira com influenciadores. No site www.bis.com.br/tristris, o público não encontra o produto à venda, mas pode baixar e imprimir a embalagem produzida de TRIS, tornando o novo substituto de BIS uma realidade.

“Algumas inovações são marcantes na história da humanidade: o rádio, a invenção da televisão, o Orkut. TRIS definitivamente não vai entrar nessa lista. Mesmo porque nada é melhor que BIS.”, diz Rafael Donato, VP de Criação da agência DAVID São Paulo.

Link do filme: XXXXXXXX

Ficha técnica:

CREDITOS:

Agência: DAVID

Campanha: Tris

Cliente: Mondelez

Produto: Bis

DAVID:

Global CCO & Partner: Pancho Cassis

MD, Global COO: Sylvia Panico

VP de Criação: Rafael Donato

Diretor Executivo de Criação: Edgard Gianesi

Diretores de Criação Associados: Fabrício Pretto e Rogerio Chaves

Redator: Rogerio Chaves

Diretor de arte: Fabrício Pretto

Produção: Fabiano Beraldo, Vanessa Wallner e Andressa Cardoso

Produção Gráfica: Samuel Silva, Victor Folha

Atendimento: Carolina Vieira, Natalia Rakowitsch, Amanda Medeiros, Andrea Barrios e Danyelle Genestreti

Planejamento: Daniela Bombonato, Carolina Silva, Felipe Pádua e Fabiana Brasil

Social Media: Toni Ferreira, Lucas Patricio, Marcelo Reis, Karine Viegas, Leonardo Barreto e Uilly Correa

Tecnologia e Inovação: Toni Ferreira, Gustavo Nanes

Mídia: Marcia Mendonça, Mateus Madureira, Renata Caovilla, Chendalaiem Sousa, Gustavo Salgado, Amanda Siqueira, Lucas Gimenez

MONDELEZ:

Cliente / Aprovação: Renata Vieira, Arthur Meiga, Yana Leocadio, Henrique Masri, Luiza Guimarães

LOURES:

PR: Fernanda Daprá, Marília Santos, Ana Paula Parpulov, Andrea Milanez e Sabryna Monteiro

PRODUÇÃO:

Produtora Imagem: PBA Cinema

Diretor: Ale Paschoalini

Produtora Executiva: Mariana Cassa

Head of Sales: Markinhos Fagundes

Atendimento e Coordenação de Pós - Produção: Diulle Fonseca

Coordenação de pós – produção: Augusto Medeiros

Finalizadora: Tais Oliveira

Pós Produção: The End

Produção Executiva: Helena Jardim:

Direção CGI: Rodrigo Gusmão

Modelagem: Leo Sakamoto

Design e Animação: Vinicius Kahan, Gabriela Fernandes, Tamires Campos, Rodrigo Gusmão e Renato Montoro

Produtora de Audio: Jamute

Produtora Audio: Jamute

Produtor : James Pinto e Marcos Vaz

Engenheiros de Som: Fernanda Galetti, Otávio Bertolo, Rafael Laurenti

Coordenação: Julianna Zuppo e Leonardo Vieira

Atendimento : Kiki Eisenbraum e Sabrina Geraissate

Locutora Brasil : Eduardo Sterblitch

Sobre a Mondelēz International no Brasil:

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera as pessoas a escolherem snacks do jeito certo em aproximadamente 160 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2017, a MDLZ está liderando o futuro dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como biscoitos Oreo, belVita e LU; Cadbury Dairy Milk, chocolate Milka e Toblerone; Sour Patch Kids e gomas Trident. No Brasil, a empresa tem em seu portfólio marcas valiosas, como Trident, Chiclets e Halls, os chocolates Lacta, Bis e Sonho de Valsa, os biscoitos Club Social, Oreo e Trakinas, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia. A Mondelēz International se orgulha de ser membro da Standard and Poor's 500, da Nasdaq 100 e do Índice Dow Jones de Sustentabilidade. Visite www.mondelezinternational.com/br.